

Факторы интернационализации российских стартапов и использование краудсорсинга для привлечения ресурсов.

Бакаленко Андрей Владимирович

Аспирант

Институт экономики РАН, Москва, Россия

E-mail: andrey.bakalenko@gmail.com

Экономическая и политическая элита страны регулярно пытается найти новые инструменты для диверсификации и повышения инновационности российской экономики. Несмотря на то, что национальный тренд ресурсозависимости экономики пока не удалось изменить, мы наблюдаем появление и рост количества локальных инновационных российских предприятий, выходящих на международные рынки, и главное место их расширения - Кремниевая долина.

Можно предположить, что недавнее ухудшение российско-американских отношений оказало соответственно негативное влияние на транснациональный бизнес не только из-за санкций и экономического спада в России, но и из-за общего ухудшения делового климата [2]. Однако, несмотря на нынешнюю международную напряженность и влияние санкций, некоторые направления бизнеса процветают.

В нашей работе мы проводим качественное и количественное исследование, разбирая и определяя кейсы успешных российских малых инновационных предприятий, расширяющихся в США. Главным образом, мы фокусируемся на определении стимулов для расширения и барьерах, с которыми сталкиваются данные компании. Исследование подобных факторов позволит лучше понять компании подобного типа, что позволит создать новые инструменты и улучшить существующие методики для тех, кто принимает решение по стимулированию их появления и развития. В дальнейшем это позволит уменьшить ресурсозависимость национальной экономики.

Используя методику количественного и качественного анализа, в результате мы синтезировали ключевые стимулы для российских стартапов к интернационализации. Среди них: размер рынка, размер и уровень развития индустрии венчурного капитала, неудовлетворительная среда для предпринимателей в России, сильный и привлекательный бренд Кремниевой долины, а также уровень зрелости потребителей на рынке. Все перечисленные факторы являются внешними по отношению к собственной среде компаний, так как они обусловлены силами, находящимися вне непосредственного влияния компаний. Это наблюдение можно рассматривать как весьма удивительное, так как, большинство исследований показывают, что мотивация к интернационализации лежит внутри фирм [1, 7, 9]. Мы делаем вывод о том, что предприниматели, активно работающие на международном уровне, больше ориентированы на внешнюю среду, чем на свои внутренние факторы, а внутренние особенности рассматривают не как стимулы, а как само собой разумеющиеся предпосылки.

Кроме того, мы проанализировали новое поколение компаний, которые полагаются на краудсорсинг [10], как альтернативный способ привлечения ресурсов и выхода на международные рынки и считаем, что данный инструмент способен стимулировать возникновение компаний нового поколения.

Источники и литература

- 1) Широкова Г. В., Зибарев И. А. Интернационализация предпринимательских фирм из стран с развивающейся экономикой: опыт России // Вестник С.-Петерб. ун-та. Сер. Менеджмент. - 2013. - Вып. 1. - с. 69-109.
- 2) Hartley, Jon. Online Prices Indicate Russian Inflation Spike After Ruble Decline. // Forbes - January 01 2015. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.forbes.com/sites/jonhartley/2015/01/01/online-prices-indicate-russian-inflation-spike-after-ruble-decline/#b57175e8b1f0>
- 3) Howe J. (2006). The Rise of Crowdsourcing. //Wired Magazine. - 14.06.2006. [Электронный ресурс]. URL: <http://archive.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>
- 4) McDougall, Patricia Phillips, Benjamin M. Oviatt and Rodney C. Shrader. A Comparison of International and Domestic New Ventures // Journal of International Entrepreneurship - 1, no.1. - 2003. - p. 59-82.
- 5) Scott, W Richard. Institutions and Organizations: Ideas, Interests, and Identities. // Los Angeles: SAGE. - 2013.
- 6) Smit, Thomas GJ. The appropriability regime as a tool to measure knowledge protection. // Paper presented at the 3rd International Business Administration Bachelor Thesis Conference, Enschede, The Netherlands. - July 2014.
- 7) Shirokova, Galina V. and IA Zibarev. Internationalization of entrepreneurial companies from the developing countries: Russian experience. // Bulletin of St. Petersburg State University. - no.1. - 2013. p. 69-109.
- 8) Unknown Russia: Powered by Entrepreneurs. Produced by the World Economic Forum's Global Agenda Council on Russia. January 2015. [Электронный ресурс]. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Unkown_Russia_2015.pdf
- 9) Volchek Daria, Ari Jantunen and Sami Saarenketo. The institutional environment for international entrepreneurship in Russia: Reflections on growth decisions and performance in SMEs. // Journal of International Entrepreneurship - 11, no. 4. - 2013. - p. 320-350.
- 10) Volmut, Jason. Here's How Hyperloop Is Revolutionizing Crowdsourcing. // The Huffington Post, Mar 14, 2016. [Электронный ресурс]. URL: http://www.huffingtonpost.com/jason-volmut/heres-how-hyperloop-is-re_b_9423928.html
- 11) Zucchella , Antonella, Palamara, G., Denicolai, S. The drivers of the early internationalization of the firm. // Journal of World Business. - 42, no. 3. - 2007. - p. 268-280.